

---

## BISNIS DI BALIK UPACARA KEMATIAN ETNIS TIONGHOA DI SURABAYA, 1967 – 1998

**Olivia Daisiprima Santoso, Shinta Devi ISR**

*Departemen Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga*

---

### Abstrak

Artikel ini membahas tentang peran penyedia jasa di bidang bisnis kematian terhadap pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa di Surabaya tahun 1967-1998. Bisnis kematian merupakan bisnis yang lahir karena adanya kepentingan dari etnis Tionghoa untuk melaksanakan upacara kematian. Bisnis kematian etnis Tionghoa di Surabaya semakin berkembang pada masa Orde Baru. Selain dilatarbelakangi oleh dikeluarkannya Instruksi Presiden 14/ 1967, berkembangnya bisnis ini juga terjadi karena perubahan dalam pemaknaan upacara kematian etnis Tionghoa. Kehadiran bisnis kematian pada akhirnya menyebabkan terjadinya perubahan dalam memaknai dan melaksanakan upacara kematian etnis Tionghoa. Pelaksanaan upacara kematian yang sebelumnya dilaksanakan secara sukarela kemudian berubah menjadi komersial. Upacara kematian dengan bisnis kematian sebagai pendukungnya, mulai digunakan sebagai media untuk menunjukkan status sosial dan ekonomi yang dimiliki oleh sebuah keluarga.

Kata Kunci: Upacara Kematian, etnis Tionghoa, bisnis, Surabaya

### Abstract

This article discusses the role of service providers in the funeral rituals for the execution of death rituals among ethnic Chinese in Surabaya between 1967 and 1998. Business in death rituals is a business born out the necessities among the ethnic Chinese to conduct death rituals. Businesses in death rituals for ethnic Chinese in Surabaya grew in the New Order era. Aside from due to the implementation of the Presidential Instruction 14/ 1967, the growth of this business was also due the shifts in meanings given to the ethnic Chinese death rituals. The existence of the service providers in the funeral rituals eventually pushed the changes in the meanings and executions of the rituals among ethnic Chinese. The whole rituals which were voluntarily in nature before became more commercialized now. Death rituals and the business in funeral ritual behind them became events to show social and economic status of the grieving family.

Keywords: Death ritual, Chinese ethnic, business, Surabaya

## PENDAHULUAN

Kematian bagi etnis Tionghoa dapat dimaknai sebagai kehidupan kedua setelah mereka hidup di dunia. Para arwah yang telah memasuki kematian, sama-sama menjalani hidup seperti di dunia. Arwah yang telah memasuki alam kematian juga sama-sama membutuhkan bekal kehidupan sama halnya saat mereka masih hidup. Etnis Tionghoa mempercayai bekal kematian diperoleh semasa almarhum masih hidup. Bekal kematian juga diperoleh dari rangkaian pelaksanaan upacara kematian yang dilakukan anak-cucunya. Selain sebagai bekal kematian, pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa juga terkait dengan upaya untuk menunjukkan seberapa besar kebaktian seorang anak kepada orang tua atau leluhur mereka. Etnis Tionghoa juga mempercayai adanya makna perlindungan dan keselamatan di dalam upacara kematian orang tua atau leluhurnya bagi mereka yang masih hidup. Oleh sebab itu, segala sesuatu yang terkait dengan bekal kematian yang terangkai dalam upacara kematian, merupakan aspek kehidupan yang sangat penting untuk diperhatikan baik oleh diri mereka sendiri, maupun anak-cucu mereka.

Persiapan pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa sebelum masa Orde Baru dilaksanakan oleh keluarga dibantu oleh kerabat dan perkumpulan-perkumpulan etnis Tionghoa yang menaungi mereka. Peran perkumpulan etnis Tionghoa dalam melaksanakan upacara kematian anggotanya kemudian mengalami kelesuan pada era Orde Baru. Adanya wacana anti Tionghoa yang diiringi dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden no. 14 tahun 1967 perihal agama, kepercayaan, dan adat istiadat etnis Tionghoa oleh Presiden Suharto, membuat sebagian perkumpulan-perkumpulan etnis Tionghoa tenggelam (Mona Lohanda, 2002: 53). Perkumpulan-perkumpulan etnis Tionghoa kemudian tidak lagi berperan langsung dalam pelaksanaan upacara kematian anggotanya.

Situasi yang serba terbatas pada masa Orde Baru, kemudian menjadi peluang bisnis bagi sebagian kelompok etnis Tionghoa dalam pelaksanaan upacara kematian. Pelaksanaan upacara kematian yang dahulunya dilaksanakan secara sukarela kemudian berubah menjadi komersial. Bisnis penyedia jasa di bidang kematian yang dahulunya memang sudah ada kemudian mulai berinovasi menyediakan jenis layanan jasa kematian yang lebih lengkap, seperti periasan jenazah, pembuatan surat kematian, penyediaan tanah makam, dan sejenisnya pada masa Orde Baru. Kemunculan bisnis yang membantu di bidang jasa kematian pada akhirnya telah menggantikan peran perkumpulan-perkumpulan etnis Tionghoa sebelumnya.

## METODE

Artikel ini membahas tentang peran penyedia jasa di bidang bisnis kematian terhadap pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara peraturan pemerintah dalam pelaksanaan upacara kematian yang kemudian berdampak pada kemunculan bisnis-bisnis di balik upacara kematian etnis Tionghoa di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode sejarah dari sudut pandang budaya dan ekonomi.

## KONSEP *HAO* DALAM MEMAKNAI SEBUAH KEMATIAN BAGI ETNIS TIONGHOA

Pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa pada dasarnya sangat berkaitan erat dengan keyakinan terutama konsep *hao*. Menurut konsep *hao*, melaksanakan upacara kematian secara baik dan layak untuk orang tua merupakan wujud penghormatan terhadap orang tua yang selama hidupnya telah merawat dan membesarkan anak-anaknya. Pemujaan atau

yang biasa disebut penghormatan sebenarnya bukan hal yang luar biasa, melainkan suatu bentuk dasar kecintaan seseorang terhadap keluarga terkasih yang telah pergi mendahuluinya.

Pemujaan leluhur memiliki hubungan yang erat dengan makna kematian bagi etnis Tionghoa. Pada saat kematianlah bakti seorang anak lebih terlihat kepada orang tuanya semasa masih hidup. Bakti ini disebut *hao* atau *kuo-yü:hsio*, oleh orang Tionghoa yang menjadi salah satu nilai kemanusiaan (Nio Joe Lan, 2013: 128). Berbakti kepada orangtua merupakan suatu nilai yang wajar bagi sebagian besar etnis, tetapi etnis Tionghoa mempercayai bahwa bakti itu memiliki arti yang lebih dalam. Bakti anak kepada orangtua akan menunjukkan norma yang dimiliki seorang anak.

Makna “tidak bakti”, atau yang dalam bahasa Tionghoa disebut *put-hao* memiliki makna yang lebih dalam dibandingkan dengan kata tidak bakti dalam bahasa Indonesia. Dalam bahasa Tionghoa makian “engkau anak *put-hao*” bisa berdampak sangat menyakitkan jika sudah diucapkan orangtua kepada anaknya. Kata-kata tersebut dianggap mengandung sebuah kutukan yang berantai di kemudian hari. “Engkau *put hao*!” bisa diartikan sebagai seorang anak yang tidak berbakti dan akan mendapat hukuman dari Tuhan. Kata-kata ini akan menjadi sumpah yang dihindari oleh etnis Tionghoa.

Pemujaan leluhur dapat dilakukan secara sederhana ataupun mewah di dalam sebuah rumah sesuai dengan tingkat perekonomian masing-masing keluarga, demikian juga di Surabaya. Orang Tionghoa tidak memohon sesuatu pada abu leluhur yang dipelihara di dalam rumahnya melainkan hanya perwujudan pemaknaan mereka terhadap *hao*. Sebagian etnis Tionghoa di Indonesia menggunakan sebuah meja pantang tinggi, diapit oleh dua buah meja yang lebih pendek, dan ketiganya berwarna serba merah sebagai tempat pemujaan atau sembahyang leluhur. Pada masa Orde Baru sebagian besar etnis Tionghoa menilai bahwa pemujaan leluhur tidak lebih dari sekedar ritual untuk memperingati orang tua dan leluhur yang telah meninggal. Tetapi ada juga yang masih mempertahankan tradisi pemujaan leluhur untuk memohon restu dari leluhurnya dalam melakukan suatu hal (Rika Theo, 2014: 65).

Konsep pemaknaan dan pelaksanaan *hao* secara keseluruhan masih dilaksanakan etnis Tionghoa sampai pada tahun 1930-an. Perubahan penerapan konsep *hao* juga ikut bergeser seiring dengan kemajuan alat transportasi, di mana para imigran juga mulai mengikut sertakan istri dan anak-anaknya. Di sisi lain, mereka yang dahulunya tidak mengikutsertakan istri beserta anggota keluarga perempuannya, kemudian banyak yang berasimilasi dengan menikahi wanita pribumi, yang melahirkan kelompok Tionghoa peranakan. Walaupun demikian, bakti atau *hao* mereka tetap terlaksana pada saat melaksanakan upacara kematian bagi keluarganya. Kelompok Tionghoa peranakan di Surabaya, berusaha memurnikan keturunannya lagi, dengan menikahkan anak atau cucunya dengan orang-orang dari etnis yang sama, yakni etnis Tionghoa (wawancara Tjio Tik Ting, 10 April 2016). Pemurnian ini juga bertujuan agar pelaksanaan konsep *hao* tetap terjaga walaupun mereka telah berasimilasi.

Konsep *hao* kembali mengalami pergeseran dalam pemaknaan dan pelaksanaannya pada masa Orde Baru. Anak-anak maupun cucu keturunan etnis Tionghoa menganggap *hao* tidak hanya sebagai bentuk bakti atau penghargaan tertinggi kepada orang tua atau leluhur, tetapi juga memandang konsep *hao* sebagai media untuk menunjukkan status sosial dan ekonomi yang dimiliki keluarganya. Semakin besar dan meriah pelaksanaan upacara kematian, terkait pakaian, makanan sajian, rumah duka, iklan duka cita, tanah makam, rumah-rumahan kertas dan batu *bongpay* yang digunakan, maka orang lain akan menganggap bahwa *hao*-nya seorang anak dan keturunannya sangat besar, di samping

status sosial dan ekonomi yang ingin ditunjukkan keluarga duka yang bersangkutan. Terjadinya pergeseran dan pelaksanaan konsep *hao* yang telah disisipi oleh kepentingan keluarga yang masih hidup, kemudian menjadikan situasi tersebut sebagai peluang bisnis untuk membantu keperluan persiapan dan pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa di Surabaya.

Etnis Tionghoa yang lahir pada masa Orde Baru membutuhkan pembaharuan dalam pelaksanaan upacara kematian keluarganya. Terlebih mereka yang lahir pada kurun waktu ini, adalah mereka yang terbelenggu dengan peraturan-peraturan diskriminasi pemerintah. Sebagian dari mereka bahkan tidak mengetahui harus bagaimana dalam memaknai dan melaksanakan konsep *hao*. Di sinilah letak saling keterkaitan antara keluarga duka sebagai konsumen dan penyedia bisnis kematian sebagai *organizer* dalam mengemas konsep *hao* di dalam upacara kematian menjadi lebih baik, sehingga kepentingan-kepentingan keluarga yang masih hidup masih tetap dapat terealisasi.

### UPACARA KEMATIAN ETNIS TIONGHOA DI SURABAYA

Etnis Tionghoa yang melaksanakan upacara kematian perlu mempersiapkan segala sesuatunya agar upacara kematian bagi anggota keluarganya dapat terlaksana dengan baik. Mereka yang memiliki status sosial dan ekonomi tinggi, bahkan menginginkan upacara kematian bagi dirinya sendiri maupun anggota keluarganya, terutama orang tua, dilaksanakan secara besar-besaran. Beberapa pengusaha dari kalangan etnis Tionghoa yang sudah mencapai tujuan hidupnya, seringkali mempersiapkan upacara kematiannya jauh-jauh hari. Mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan upacara kematian etnis Tionghoa biasanya berkaitan dengan makna "panjang umur". Banyak etnis Tionghoa percaya, orang-orang yang masih hidup tetapi sudah mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan upacara kematian bagi dirinya sendiri biasanya justru akan berumur panjang. Persiapan upacara kematian sebelum orang yang bersangkutan meninggal juga dapat dikatakan sebagai bentuk bakti seorang anak kepada orang tua (wawancara Suwanto Susetyo, 10 April 2016). Persiapan dan pelaksanaan upacara kematian dimulai dengan: pertama, menyebarkan berita duka. Pihak keluarga dibantu sanak saudara atau tetangga menggunakan selembar kertas putih sebagai bentuk pemberitahuan berita duka (wawancara Tan Ko Ming, 21 Oktober 2014). Selembar kertas berisi informasi perihal identitas almarhum yang meninggal, serta terkait waktu kapan diadakannya upacara kematian oleh pihak keluarga. Penggunaan iklan dukacita untuk menyebarkan berita duka baru digunakan sekitar tahun 1930, seiring dengan ditemukannya iklan jenis baru dalam surat kabar yakni iklan dukacita.

Kedua, mendatangi *Suhu*. Menurut Theodorus Dharmawan, pada waktu seseorang kepala keluarga meninggal, keluarga yang ditinggalkan harus melakukan beberapa upacara dan menanyakan kepada seorang *kwania sian*, seorang peramal, atau yang sering dikenal dengan *suhu* untuk menanyakan waktu dan hari yang baik untuk memasukkan jenazah ke dalam peti, menutup peti, berangkat ke kuburan, dan untuk memasukkan peti mati ke dalam liang kubur (Gondomono, 1996: 81). Setiap sub-suku memiliki *suhu* sendiri yang dianggap tinggi keilmuan supranaturalnya dan memahami adat istiadat suku mereka dalam melaksanakan upacara kematian (wawancara Tan Ko Ming, 21 Oktober 2014).

Ketiga, menyiapkan rumah duka. Rumah duka adalah salah satu unsur penting dalam persiapan upacara kematian. Rumah duka yang dimaksud dalam hal ini bukan rumah keluarga yang berduka, tetapi sebuah ruangan atau bangunan tempat untuk meletakkan dan menyemayamkan jenazah, memberi penghormatan, menerima tamu, dan

sebagai tempat untuk melaksanakan upacara kematian sebelum jenazah dimakamkan. Meskipun rumah duka dapat berlokasi di rumah pribadi atau keluarga yang bersangkutan, tetapi pada perkembangannya, rumah duka pada akhir tahun 1980-an tidak lagi berlokasi di rumah-rumah pribadi.

Keempat, memesan peti mati. Peti mati sendiri terbagi kedalam dua bentuk yakni peti mati model Eropa dan model Tiongkok atau *siupan*. Peti mati dalam bahasa mandarin disebut *Shou Ban*. Etnis Tionghoa di Indonesia umumnya menyebut peti mati model Tiongkok dengan sebutan *Siupan*. Etnis Tionghoa beragama Budha-Konghuchu cenderung menggunakan *siupan*, sedangkan mereka yang beragama Kristen cenderung menggunakan peti mati model Eropa. Bagi etnis Tionghoa, peti mati dapat dimaknai sebagai sebuah alat transportasi yang memobilisasi sebuah jasad dan roh pemiliknya ke dunia atau alam lain, yakni dari alam kehidupan menuju alam baka.

Kelima, memesan rumah-rumahan kertas. Rumah-rumahan kertas dapat terdiri dari dua lantai atau lebih, dilengkapi kamar tidur, kamar mandi, garasi, dapur, perabotan rumah tangga, pembantu, dan juga sopir lengkap di dalamnya. Rumah-rumahan kertas juga memiliki sertifikat kepemilikan rumah sebagai penanda kepemilikan yang nantinya juga ikut dibakarkan. Rumah-rumahan kertas sendiri terbagi menjadi dua bentuk, yakni bentuk tradisional dan bentuk moderen atau kontemporer. Perbedaanannya hanya terletak pada desain bentuk rumah, serta miniatur perlengkapan-perengkapan di dalamnya. Rumah-rumahan kertas bentuk moderen biasanya tidak berisi miniatur orang sebagai simbol pembantu atau supir di dalamnya (wawancara Yohana Karijanto, 10 April 2016).

Keenam, menyiapkan tanah makam. Tanah makam atau kuburan etnis Tionghoa biasa disebut dengan istilah "Bong Cino" bagi masyarakat umum. Bentuk makam etnis Tionghoa memiliki ciri khas luas dan berbukit. Lokasi tanah pemakaman bagi etnis Tionghoa harus memenuhi kriteria tertentu. *Feng Tsui* sebagai patokan utama baik tidaknya tata letak sebuah makam merupakan patokan penting dalam menentukan tanah makam. Letak tanah makam etnis Tionghoa umumnya terletak di dataran tinggi dan berbukit, diusahakan lebih tinggi dari wilayah pemukiman. Embong Malang, Pasar Bong, Banyu Urip, Girilaya, Jarak, sampai Kembang Kuning sebelum tahun 1960 adalah tanah makam milik etnis Tionghoa di Surabaya. Keberadaan tanah makam di wilayah itu kemudian mulai tergusur dan digunakan sebagai tempat pemukiman penduduk pada tahun 1967 (wawancara Djie Dwan Tik, 1 April 2016).

Ketujuh, memesan *bongpay*. Etnis Tionghoa biasa menyebut batu nisan dengan istilah *bongpay*. Sama halnya dengan makam-makam lain, etnis Tionghoa juga membutuhkan batu nisan sebagai penanda identitas untuk menunjukkan siapa yang dimakamkan di dalamnya. Batu nisan yang ada di makam etnis Tionghoa memiliki ciri khas tersendiri, yaitu tidak hanya bertuliskan identitas jenazah, melainkan juga nama-nama anak cucu mendiang almarhum juga ikut dicantumkan. Kecenderungan untuk menulis nama-nama keluarga pada batu nisan milik etnis Tionghoa ini, hanya ada di negara-negara perantauan etnis Tionghoa seperti di Indonesia. Penulisan nama-nama keluarga lain baik yang masih hidup maupun yang sudah meninggal bertujuan untuk menginformasikan kepada anak-cucu perihal silsilah dan daerah asal leluhurnya. Etnis Tionghoa biasa memberikan warna merah pada tulisan dalam batu *bongpay* untuk menunjukkan bahwa keluarga tersebut masih hidup.

Setiap sub-suku etnis Tionghoa memiliki tahapan yang berbeda dalam melaksanakan upacara kematian, namun tetap terdapat aturan umum yang digunakan hampir oleh semua sub-suku etnis Tionghoa. Tahapan-tahapan tersebut meliputi: memandikan jenazah untuk menyucikan jenazah, merias jenazah, mengenakan pakaian

terbaik atau kesukaan almarhum pada jenazah, memindahkan tubuh jenazah ke dalam peti mati, mempersiapkan saji-sajian yang terdiri dari makanan kesukaan almarhum, tiga macam buah dengan jumlah lima biji; yang terdiri dari apel, jeruk, dan pir, 3 macam kue dengan jumlah lima biji; yang terdiri dari bakpao, kue mangkok, dan kue tok, *ji bok* atau tutup peti, *maisong* atau malam terakhir, *sangseng* mengantar ke kuburan, penanaman biji-bijian dan pemberian uang koin kepada anak cucu, ritual doa dan kembali ke kuburan tengah malam pada hari-hari ganjil (wawancara Tan Ko Ming, 21 Oktober 2014).

## **RUMAH DUKA DAN YAYASAN KEMATIAN**

Pelaksanaan proses upacara kematian etnis Tionghoa yang panjang tentunya berhubungan erat dengan di mana proses tersebut dapat berlangsung. Rumah duka sebagai sarana penting dalam upacara kematian etnis Tionghoa memiliki peran penting dalam pelaksanaan upacara tersebut, mengingat bahwa upacara kematian membutuhkan waktu yang cukup lama. Ketersediaan ruang yang cukup luas juga mendukung terlaksananya penghormatan kepada mending almarhum melalui orang-orang yang datang untuk melayat.

Sebelum wilayah Kota Surabaya padat oleh pemukiman-pemukiman penduduk, persemayaman jenazah dan pelaksanaan upacara kematian etnis Tionghoa banyak dilaksanakan di rumah-rumah pribadi keluarga duka yang bersangkutan (wawancara Liem Ou Yen, 21 Oktober 2014). Pola pemukiman pada tahun 1900-an masih terbilang belum padat, cukup luas, serta mendukung untuk menerima tamu-tamu yang datang menyatakan bela sungkawa pada keluarga yang berduka. Pembagian wilayah berdasarkan ras, di mana etnis Tionghoa menempati wilayah pecinan juga turut mempermudah pihak keluarga dalam mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan upacara kematian, sebab segala kebutuhan sarana dan prasarana telah tersedia lengkap di daerah pecinan Surabaya, sekitar Kembang Jepun, Kapasan, dan sekitarnya (Han Hwie-song, 2010: 40). Tanah pemakaman milik etnis Tionghoa pun juga telah disediakan oleh Pemerintah Kolonial Belanda, tidak jauh dari daerah pecinan Surabaya.

Pasca kemerdekaan, keluarga-keluarga etnis Tionghoa yang memiliki status sosial dan ekonomi tinggi, banyak yang mengambil alih bangunan-bangunan maupun gedung-gedung yang pada masa pemerintah Kolonial Belanda dimiliki oleh warga Eropa, khususnya Belanda. Gedung Setan misalnya, bangunan yang dahulunya dimiliki oleh J.A Ridder Von Middlekop, penguasa tertinggi VOC di Jawa bagian timur sebagai rumah dinas, kemudian diambil alih oleh dr. Teng Sui Hui sekitar tahun 1945-1948.

Setelah diambil alih oleh dr. Teng Sui Hui, selain berfungsi sebagai tempat tinggal, bangunan ini juga difungsikan sebagai tempat persemayaman jenazah atau rumah duka, khususnya bagi etnis Tionghoa bermarga Teng di Surabaya. Keberadaan Gedung Setan sebagai rumah duka didukung dengan letak lokasinya yang berada di bawah bukit tanah makam etnis Tionghoa daerah Banyu Urip, Girilaya, dan sekitarnya (Husain, 2015: 327-329; Husain, 2010: 157). Sebelum diberangkatkan ke pemakaman, etnis Tionghoa terlebih dahulu menyemayamkan jenazah keluarganya untuk melaksanakan upacara kematian dan penghormatan di Gedung Setan (wawancara Dany Sumanjay, 27 Maret 2015).

Kehadiran Gedung Setan sebagai rumah duka etnis Tionghoa, nyatanya juga tidak berdampak signifikan dalam merubah kebiasaan etnis Tionghoa untuk menyemayamkan jenazah keluarga di rumah keluarga besar yang bersangkutan. Sampai pada tahun 1980-an, kecenderungan keluarga besar untuk menyemayamkan jenazah keluarganya di rumah pribadi miliknya terlihat dari iklan-iklan duka cita pada kurun waktu tersebut. Keberadaan-keberadaan rumah sakit yang juga mulai menyediakan fasilitas persemayaman jenazah

bagi etnis Tionghoa, ternyata tidak bisa menggeser rumah pribadi sebagai tempat favorit untuk mengadakan upacara kematian. Beberapa rumah sakit di Surabaya seperti, Rumah Sakit Darmo di Jalan Raya Darmo 90, Rumah Sakit Budi Mulia (sekarang Rumah Sakit Siloam) di Jalan Raya Gubeng 70, Rumah Sakit RKZ di Jalan Diponegoro 51, merupakan contoh beberapa rumah sakit yang secara khusus menyediakan sebuah ruangan untuk persemayaman jenazah dan pelaksanaan upacara kematian bagi etnis Tionghoa, yang umumnya memakan waktu lebih dari 2 hari.

Adanya fasilitas-fasilitas baru, seperti penyediaan ruang untuk melaksanakan upacara kematian di rumah sakit, membuat pihak keluarga besar tidak perlu lagi direpotkan untuk izin ke pihak-pihak berwenang jika ingin melaksanakan upacara kematian keluarganya. Pihak keluarga hanya perlu menyewa dengan membayarkan biaya tertentu daripada direpotkan dengan permasalahan perizinan. Namun, minimnya fasilitas yang diberikan oleh pihak rumah sakit, rumah duka dengan skala kecil tersebut tidak diminati oleh etnis Tionghoa (wawancara Dany Sumanjay, 27 Maret 2015). Pihak keluarga biasanya keberatan dengan ruangan yang tidak besar, parkir kendaraan yang minim, serta situasi dan kondisi rumah sakit yang tidak bersahabat, membuat sebagian pihak keluarga enggan menggunakan fasilitas rumah duka milik rumah sakit.

Terbatasnya sarana dan prasarana yang ada, baik di rumah sakit, di Gedung Setan, maupun rumitnya mengurus surat perizinan untuk melaksanakan upacara kematian di rumah pribadi, membuat beberapa yayasan dan perkumpulan sosial etnis Tionghoa di Surabaya menggagas dibentuknya sebuah yayasan kematian yang bertujuan untuk melayani tempat persemayaman jenazah, khususnya bagi etnis Tionghoa. Keprihatinan ini juga berangkat dari tokoh-tokoh etnis Tionghoa di Surabaya akan sulitnya melaksanakan upacara kematian bagi keluarga kurang mampu yang tinggal di daerah pemukiman padat penduduk. Atas kesepakatan bersama *Yayasan Adi Jasa* kemudian terbentuk pada tahun 1984. *Yayasan Adi Jasa* ini adalah yayasan yang memiliki tujuan sebagai penyedia jasa tempat persemayaman jenazah di Surabaya. Terbentuknya yayasan ini digagas oleh beberapa perkumpulan- perkumpulan etnis Tionghoa dari berbagai macam suku di Surabaya. Berikut adalah sebelas perkumpulan yang turut menggagas terbentuknya *Yayasan Adi Jasa*, yakni, *Hok Chia*, *Hok Tjiu*, *Fu Bu*, *Sahabat Sinoman*, *Kwang Saw*, *Xian Ci*, *An Si*, *Lu Be*, *Cuan Siok*, *Cang Suk*, *Huo Cio Cia* (wawancara Liem Ou Yen, 21 Oktober 2014).

Sistem kepengurusan *Yayasan Adi Jasa* tersebut diambil anggota perkumpulan-perkumpulan Tionghoa Surabaya yang ikut menggagas terbentuknya *Yayasan Adi Jasa*. Masing-masing dari perkumpulan tersebut dipilih dua perwakilan yang akan menduduki kepengurusan dalam *Yayasan Adi Jasa*. Masa jabatan masing-masing pengurus adalah selama tiga tahun. Dana pembangunan *Yayasan Adi Jasa* diperoleh melalui donatur-donatur, baik dari perkumpulan maupun yayasan sosial maupun perseorangan. Rumah duka *Adi Jasa* hanya memiliki satu bagian gedung, yakni gedung A yang merupakan pembangunan tahap satu pada awal berdirinya. Gedung ini hanya terdiri dari satu blok dengan satu ruangan saja. Ruangan 0 merupakan ruang pertama yang dimiliki *Adi Jasa*. Ruangan ini kemudian berganti menjadi ruang 17 (wawancara Tress Prawiro, 26 Februari 2016). Setelah dibangunnya rumah duka *Adi Jasa*, etnis Tionghoa kemudian banyak yang menyemayamkan jenazah keluarganya di rumah duka tersebut. Tersedianya sarana dan prasarana yang cukup lengkap bagi keluarga duka membuat persemayaman rumah duka *Adi Jasa* menjadi pilihan utama di kalangan etnis Tionghoa pada awal tahun 1990-an.

Rumah Duka *Adi Jasa* memberlakukan sistem pembayaran progresif bagi keluarga yang menggunakan ruangan lebih dari satu. *Yayasan Adi Jasa* juga memberikan

pembebasan biaya maksimal tiga hari untuk satu ruang dan 60 kursi bagi keluarga yang kurang mampu. Pembebasan biaya ini juga mencakup penggunaan kursi dan meja. Pihak keluarga hanya perlu membawa surat pengantar keterangan tidak mampu dari pihak RT, RW, atau Camat setempat. Tetapi pembebasan biaya tidak berlaku untuk pendingin tempat penyimpanan jenazah atau *cool storage*. Selain itu, *Yayasan Adi Jasa* tidak hanya menyediakan jasa tempat persemayaman jenazah, tetapi juga menyediakan tempat penitipan abu jenazah sejak awal berdirinya. Tempat penitipan abu di Rumah Abu *Adi Jasa* dapat menampung kurang lebih 500 kotak abu.

### **PERUSAHAAN PETI MATI**

Usaha penjualan peti mati merupakan salah satu bisnis di bidang jasa kematian yang juga berhubungan dengan upacara kematian etnis Tionghoa. Perusahaan-perusahaan peti mati yang ada di Surabaya umumnya adalah pelaku bisnis lama di bidang ini. Usaha mereka telah diwariskan secara turun temurun dari generasi sebelumnya. Sasaran konsumen bisnis peti mati adalah kota-kota besar, di mana penduduknya banyak terdiri dari keturunan etnis Tionghoa. Sudah dapat dipastikan bahwa bisnis peti mati hanya dapat berkembang di kota-kota besar Indonesia, khususnya Surabaya dengan tingkat penduduk etnis Tionghoa yang tinggi.

Perusahaan peti mati *Carrara*, *Sien Lin*, *Tjwan Hong*, dan *Ario*, merupakan contoh perusahaan peti mati yang dominan, dalam bidang penjualan peti mati di Surabaya pada masa pemerintahan Orde Baru. Keempat perusahaan peti mati tersebut memiliki cara tersendiri dalam mengembangkan usaha peti matinya. Perusahaan peti mati di Surabaya semakin berkembang, seiring dengan melemahnya peran kerabat dan perkumpulan etnis Tionghoa pada masa Orde Baru. Para pelaku usaha kematian mulai berpikir untuk memberikan fasilitas-fasilitas tambahan bagi keluarga duka yang menggunakan produk peti matinya. Perusahaan-perusahaan peti mati di Surabaya pada tahun 1970-an kemudian mulai melakukan pembaharuan dan inovasi dalam menjalankan bisnis penjualan peti mati. Pemberian fasilitas tambahan ini bertujuan untuk menarik konsumen, serta memberikan kesan yang baik terhadap pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan peti mati.

Perusahaan peti mati selaku penyedia jasa di bidang kematian, pada akhir tahun 1980-an berubah menjadi perusahaan yang menyediakan jasa untuk mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan upacara kematian etnis Tionghoa (wawancara Matheus Karijanto, 10 April 2016). Perusahaan peti mati tidak hanya sebagai perusahaan tunggal, di mana hubungan antara penjual dan pembeli terputus setelah melakukan pertukaran uang dan barang, tetapi dapat terus berlangsung sampai almarhum sebagai pemakai jasa kematian telah dimakamkan atau diperabukan. Kesulitan-kesulitan dalam mengurus evakuasi jenazah, surat kematian, tanah makam, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kematian, membuat pihak keluarga menyerahkan segala urusan tersebut kepada pihak perusahaan kematian yang memberikan penawaran pelayanan jasa dalam bentuk *all in*. Beberapa perusahaan peti mati juga menawarkan produk tambahan, seperti menyediakan ambulans ber-AC dan pelayanan konsumen selama 24 jam untuk menarik minat konsumen. Peningkatan permintaan konsumen terhadap peti mati biasanya terjadi pada bulan September, Oktober, dan November. Tingkat temperatur udara yang tinggi dan panas pada bulan-bulan tersebut disinyalir menjadi penyebab banyaknya orang meninggal di Surabaya (wawancara Matheus Karijanto, 10 April 2016).

### **PERUSAHAAN BATU BONGPAY**

Perwujudan dari bentuk kasih dan bakti seorang anak juga dapat diwujudkan dengan



memberikan tempat yang layak kepada orang tua, seperti mendesain makam yang indah milik orang tua. Batu *Bongpay* merupakan unsur yang wajib diperhatikan dalam mendesain makam etnis Tionghoa. Etnis Tionghoa biasa menyebut batu nisan dengan istilah *Bongpay*. Penggunaan istilah *Bongpay* berasal dari dialek *Hokkian*. *Bongpay* sendiri terdiri dari kata *bong* yang berarti batu dan *pay* yang berarti persembahan. Keberadaan *Bongpay* bagi makam etnis Tionghoa merupakan bentuk tradisi yang telah ada sejak etnis Tionghoa pertama kali datang ke Surabaya. Tradisi pembuatan dan penggunaan *Bongpay* makam etnis Tionghoa berasal dari agama Budha. Selain seni memahat dan mengukir, *Bongpay* juga merupakan warisan tradisi turun temurun sebagai bentuk penghormatan kepada para leluhur. Keberadaan batu *Bongpay* di Surabaya tidak dapat dipisahkan dari keberadaan pengrajin dan pengusaha batu *Bongpay*. *Tjwan Tik Sing* merupakan perusahaan batu *Bongpay* tertua di Surabaya. Usaha tersebut dibawa oleh Tjio Kiem Ek dan anaknya, Tjio Tik Sing langsung dari Hwee An, Propinsi Hokkian, Republik Rakyat Tiongkok ke Surabaya pada tahun 1930-an (*Surat Kabar Suara Indonesia*, 1994). Hwee An sendiri adalah sebuah desa di Tiongkok yang sebagian besar penduduknya hidup sebagai pemahat batu.

Batu *Bongpay* etnis Tionghoa sendiri terbagi menjadi dua motif, yakni motif Budha-Konghuchu dan Kristen. Batu *Bongpay* bermotif Budha-Konghuchu memiliki ciri khas bentuk dan ukiran yang lebih besar dan rumit pembuatannya, sedangkan batu *Bongpay* bermotif Kristen lebih kecil dan sederhana. Batu *Bongpay* bermotif Budha-Konghuchu yang banyak diminati pada masa Orde Baru adalah batu *Bongpay* bermotif ukir, delapan dewa, naga, burung *Hong*, harimau, dan *Lie Cap Shie Hauw* yang menggambarkan satu sosok anak yang berbakti kepada orang tua (*Surat Kabar Suara Indonesia*, Jumat 5 Juli 1996). Batu *Bongpay* bermotif Kristen umumnya bermotif ukir tanda salib, Bunda Maria, Yesus, Alkitab, perjamuan kudus, dan malaikat.

Bahan dasar pembuatan batu *Bongpay* etnis Tionghoa menyesuaikan permintaan dan kemampuan konsumen. Sebelum tahun 1980-an, bahan dasar pembuatan batu *Bongpay* masih banyak menggunakan batu-batu yang diimpor langsung dari Tiongkok. Selain itu perusahaan batu *Bongpay* *Tjwan Tik Sing* juga memberikan pilihan bahan dasar batu gunung lokal untuk konsumen dengan *budget* terbatas (wawancara Tjio Tik Ting, 10 April 2016). Proses pembuatan batu *Bongpay* berbahan dasar batu Tiongkok dan batu gunung lokal yang lama, membuat Tjio Tik Ting sebagai generasi ke tiga pemilik perusahaan batu *Bongpay* *Tjwan Tik Sing* menggunakan bahan dasar jenis baru seperti batu marmer dan granit yang lebih cepat, efisien, dan murah ongkos produksinya pada tahun 1990-an. Batu marmer dan granit yang digunakan dalam pembuatan batu *Bongpay* dapat diimpor dari Carrara Itali maupun lokal, seperti dari Ujung Pandang, Bandung, Yogyakarta, Purwakarta, dan Tenggalek. Penggunaan bahan dasar lokal pada tahun 1990-an juga disebabkan oleh menurunnya tingkat permintaan batu *Bongpay*. Hal tersebut disebabkan karena pelaksanaan perayaan hari kematian yang semakin dipersingkat waktu pelaksanaannya oleh pihak keluarga. Sebelum akhir tahun 1990-an, perayaan hari kematian dapat berlangsung selama satu bulan, sedangkan pada akhir tahun 1990-an hanya berlangsung selama satu minggu.

## MAKNA DAN PERUBAHAN BENTUK IKLAN DUKACITA

Secara sederhana dunia periklanan tidak akan terbentuk tanpa adanya aktifitas bisnis. Berbagai bisnis kematian memiliki media iklan tersendiri sebagai media promosinya, seperti iklan dukacita dalam surat kabar. Iklan dukacita dalam surat kabar memiliki peran besar dalam mempromosikan berbagai bisnis kematian yang ada, seperti sebagai media

promosi rumah duka, perusahaan-perusahaan yang menjual peti mati, beserta jasa-jasa di bidang kematian yang lain. Iklan dukacita dalam surat kabar tidak hanya sebatas berisi informasi berita kematian seseorang saja. Iklan dukacita dalam surat kabar juga berisi informasi budaya yang dianut kelompok etnis Tionghoa, selaku kelompok yang paling banyak menggunakan media iklan dukacita. Tidak hanya sebatas pada muatan budaya yang terkandung dalam iklan dukacita, dalam perkembangannya, kepentingan-kepentingan lain kemudian juga ikut muncul dalam sebuah iklan dukacita. Perubahan bentuk iklan duka cita dipengaruhi oleh perubahan kondisi sosial dan budaya masyarakat penggunanya. Berikut adalah kecenderungan yang terjadi dalam sejarah iklan dukacita.

Pertama, pada awal dan paska kemerdekaan, seiring dengan tumbuh berkembangnya pers Melayu-Tionghoa, iklan dukacita yang berasal dari kelompok etnis Tionghoa banyak dimuat dalam surat kabar Melayu-Tionghoa. Bahasa yang digunakan dalam iklan dukacita pada masa itu lebih banyak menggunakan Bahasa Melayu Tionghoa (Iwan Awaluddin Yusuf, 2001: 58). Iklan dukacita pada masa itu juga berfungsi sebagai media penggalangan dana "kemerdekaan". Kedua, memasuki tahun 1960-an, kemunculan iklan dukacita dari etnis Tionghoa mengalami penurunan. Penurunan penggunaan iklan dukacita dari kalangan etnis Tionghoa ini sejalan dengan pembatasan dan pembredelan-pembredelan pers Melayu-Tionghoa yang dilakukan pemerintah pada waktu itu.

*Pewarta Surabaya* dan *Surabaya Post* merupakan beberapa surat kabar yang rajin memuat iklan dukacita etnis Tionghoa pada tahun 1960-an di Surabaya. Bahasa Indonesia dengan ejaan lama kemudian banyak digunakan etnis Tionghoa pada surat kabar tersebut. Muatan bahasa yang terkandung dalam iklan dukacita etnis Tionghoa masih diselengi dengan istilah-istilah Tionghoa, seperti penyebutan kata *Engkong* untuk kakek, Emak untuk nenek, walaupun telah menggunakan Bahasa Indonesia ejaan lama. Beberapa istilah panggilan yang mendapat pengaruh dari Bahasa Belanda juga masih dapat ditemukan dalam iklan dukacita tahun 1960-an, seperti penggunaan istilah *Emahdje* untuk nenek, Opa, Oma, dan sebagainya (*Surabaya Post*, 9 Januari 1967).

Ketiga, penggunaan iklan dukacita sebagai media pemberitahuan kabar kematian etnis Tionghoa pada tahun 1970-an, kembali mendominasi *space* iklan dukacita dalam surat kabar. Hal ini sejalan dengan kondisi perekonomian, situasi sosial, dan politik Indonesia yang relatif stabil. Penggunaan nama-nama Tionghoa juga masih banyak digunakan dalam iklan dukacita pada periode ini. Sebab pemberlakuan pergantian nama dari nama Tionghoa menjadi nama Indonesia baru disosialisasikan dan diurus sepanjang tahun 1970 (*Surabaya Post*, 10 Januari 1968). Keempat, beberapa iklan dukacita dalam surat kabar pada awal tahun 1980-an mulai menggunakan foto mendiang almarhum yang meninggal (*Surabaya Post*, 8 Juli 1980). Kelima, iklan dukacita pada tahun 1990-an mulai berisi muatan *passive points* dalam pembuatannya, baik *passive points* dari pihak keluarga yang berduka maupun dari pihak penyedia jasa bisnis kematian, menjadi ciri khas iklan dukacita pada periode ini. Iklan dukacita pada periode ini terkesan lebih banyak mengandung muatan terselubung, seperti muatan bisnis daripada fungsi awal iklan dukacita sebagai media pemberitahuan kabar kematian seseorang.

## KESIMPULAN

Bisnis kematian terus mengalami perkembangan seiring dengan terjadinya perubahan pemaknaan dalam melaksanakan upacara kematian etnis Tionghoa. Keterbatasan dalam hal penyediaan prasarana dan sarana dalam melaksanakan upacara kematian etnis Tionghoa, membuat etnis Tionghoa menginginkan segala sesuatu yang instan dalam

melaksanakan upacara kematian keluarganya. Situasi tersebut kemudian ditangkap sebagai peluang bisnis bagi mereka yang sudah lama bergerak di bidang bisnis pelayanan jasa kematian. Kehadiran bisnis kematian pada akhirnya menyebabkan terjadinya perubahan dalam memaknai dan melaksanakan upacara kematian etnis Tionghoa. Pelaksanaan upacara kematian yang sebelumnya dilaksanakan secara sukarela kemudian berubah menjadi komersial. Upacara kematian yang bermakna murni sebagai wujud bakti kepada orang tua, kemudian mulai disisipi dengan kepentingan ekonomi mereka yang masih hidup. Baik kepentingan ekonomi dari pihak keluarga, perusahaan bisnis "kematian", maupun kerabat almarhum dapat ditemui dalam upacara kematian. Kepentingan keluarga yang masih hidup pada akhirnya juga menjadi tujuan penting diadakannya upacara kematian. Upacara kematian dengan bisnis kematian sebagai pendukungnya, mulai digunakan sebagai media untuk menunjukkan status sosial dan ekonomi yang dimiliki oleh sebuah keluarga. Nilai prestise menjadi tujuan utama dalam melaksanakan upacara kematian.

### Daftar Pustaka

- Gondomono. 1996. *Membanting Tulang Menyembah Arwah Kehidupan Kekotaan Masyarakat Cina*. Jakarta: Fakultas Sastra Universitas Indonesia.
- Husain, Sarkawi B. 2015. "Chinese Cemeteries as a Symbol of Sacred Space Control, Conflict, and Negotiation in Surabaya", dalam Colombijn, Freek dan Joost Coté. *Cars, Conduits, and Kampongs: The Modernization of the Indonesian City, 1920-1960*. Leiden: Brill.
- Husain, Sarkawi B. 2010. *Negara di Tengah Kota: Politik Representasi dan Simbolisme Perkotaan (Surabaya 1930-1960)*. Jakarta: LIPI Press.
- Hwie-song, Han. 2010. *Dari Pecinan Surabaya Menerima Bintang Ridder Orde van Orange Nassau*. Surabaya: Pustaka Sutra.
- Lan, Nio Joe. 2013. *Peradaban Tionghoa Selayang Pandang*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Lohanda, Mona. 2002. "Masalah Cina dalam Perjalanan Sejarah Indonesia", dalam Andreas Pardede dkk (ed.). *Antara Prasangka dan Realita (Telaah Kritis Wacana Anti Cina di Indonesia)*. Jakarta: Pustaka Inspirasi.
- Theo, Rika. 2014. *Kisah, Kultur, dan Tradisi Tionghoa Bangka*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Yusuf, Iwan Awaluddin. 2005. *Media, Kematian dan Identitas Budaya Minoritas (Representasi Etnik Tionghoa dalam Iklan Dukacita)*. Yogyakarta: UII Press.

### Surat Kabar

*Suara Indonesia*, t.t.

*Suara Indonesia*, 1994.

*Suara Indonesia*, 5 Juli 1996.

*Surabaya Post*, 9 Januari 1967.

*Surabaya Post*, 1 Januari 1968.

*Surabaya Post*, 8 Juli 1980.

*Surabaya Post*, 11 Juni 1996.

### **Wawancara**

Nama : Dany Sumanjay (47 Tahun)  
Status : Ketua Perkumpulan Kong Siaw Hwee Kwan dan Sekertaris Yayasan Adi Jasa Surabaya  
Alamat : Jalan Kepatihan IV - 41 Surabaya

Nama : Tan Ko Ming atau Kuntoro Tandean (53 Tahun)  
Status : *Suhu*  
Alamat : Jalan Demak 40 Surabaya

Nama : Liem Ou Yen atau Djono Antowiyono (71 Tahun)  
Status : Ketua Perkumpulan Etnis Tionghoa dan Yayasan Adi Jasa Surabaya  
Alamat : Jalan Mulyosari Utara XI - 28 Surabaya

Nama : Tjio Tik Ting atau Sutikno Susetyo (78 Tahun)  
Status : Generasi ke-2 Penerus Perusahaan Batu Bongpay Tjwan Tik Sing  
Alamat : Jalan Gemong Rebasan 23 Surabaya

Nama : Suwanto Susetyo (53 Tahun)  
Status : Generasi ke-3 Penerus Perusahaan Batu Bongpay Tjwan Tik Sing  
Alamat : Jalan Gemong Rebasan 23 Surabaya

Nama : Djie Djwan Tik (51 Tahun)  
Status : Ketua Pengurus Gedung Setan  
Alamat : Banyu Urip Wetan I

Nama : Yohana Karijanto (45 Tahun)  
Status : Direktur Utama Perusahaan Peti Mati Ario  
Alamat : Jalan Dinoyo 94-96 Surabaya

Nama : Matheus Karijanto (72 Tahun)  
Status : Direktur Perusahaan Peti Mati Ario  
Alamat : Jalan Dinoyo 94-96 Surabaya

Nama : Tress Prawiro (48 Tahun)  
Status : Karyawan Perusahaan Peti Mati Carrara  
Alamat : Ploso Timur IV - 35 Surabaya